Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2014 - JUNIO 2014

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Desarrollo de un Modelo de Turismo Sostenible en la Costa Norte de Honduras.

Nro. Proyecto: HO-M1011 - Nro. Operación: ATN/ME-10096-HO

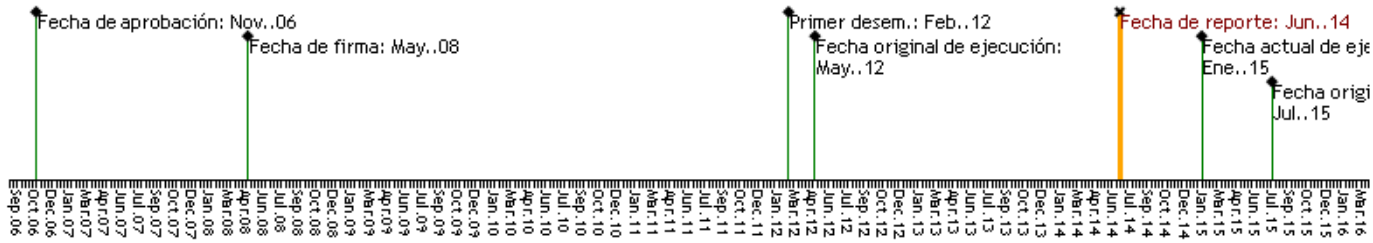
Resultado: Desarrollar un modelo integrado de turismo sostenible estimulando la formación y organización de redes turísticas que incluya y encadene a las MIPYMES turísticas y grupos indígenas, afrodescendientes y mestizos entre ellos, en la oferta turística del territorio.

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
HONDURAS	HONDURAS	ENV - Medio ambiente	TOUR - Turismo sostenible

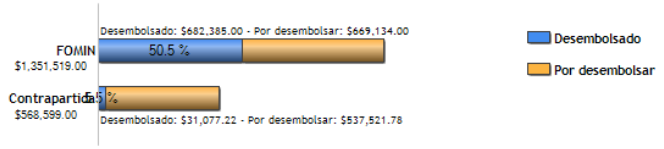
Agencia Ejecutora: Cámara Nacional de Turismo de Honduras

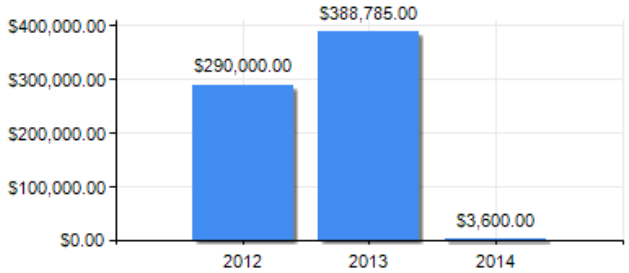
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castillo, Fausto Tomás

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

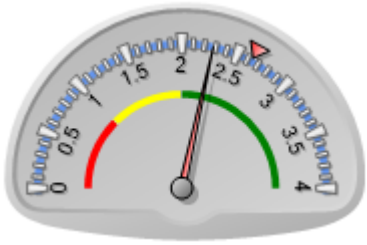


RECURSOS

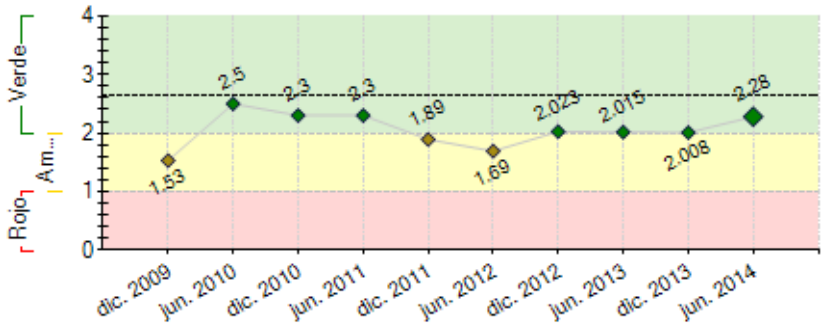




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.28
Promedio FOMIN: 2.64

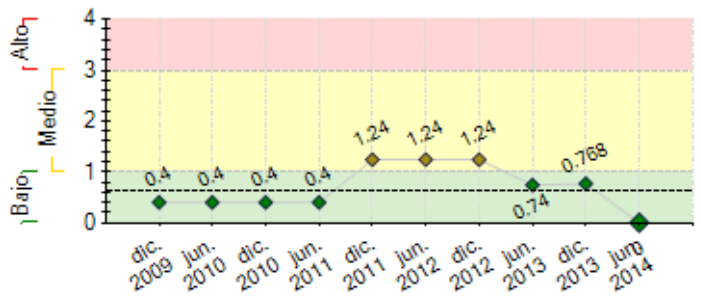


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	0
Adquisiciones:	0
Capacidad Técnica:	0



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.615

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Se ha firmado la alianza público-privada del destino con 18 actores a través de 4 instancias coordinadas por la Cámara de Turismo e integradas por las alcaldías, comunidades, academia, áreas protegidas y gobierno central.
El Consejo Regional Estadístico: Resultados: 6 levantamientos de datos estadísticos del destino del 2013 y 2014 y cuenta con 52 expertos capacitados en medición.
El Consejo de turismo sostenible; Se implementan medidas de preservación medioambiental en el territorio.
Comités de Mercadeo: Resultados: identificados 9 productos turísticos,15 experiencias y 38 propuestas de paquetes turísticos; 1 Viaje de familiarización para tour operadores internacionales, participación en 7 ferias nacionales e internacionales, iniciado el fortalecimiento de 6 centros de información, creación del banco digital de fotos.
Son favorecidas 110 Microempresas que generan 800 empleos directos.

Consejo de Calidad y Competitividad; Logros: 28 asesores de empresas turísticas certificadas, 367 empleados de 60 empresas capacitadas; 5 asociaciones incorporadas en mejora de calidad de servicios, 50 restaurantes en proceso de certificación; 20 guías de turismo de aventura capacitados y 35 instructores turísticos formados para brindar asistencias técnicas.

Está pendiente la integración de actores con aportes económicos para la sostenibilidad de las actividades.
Se espera que la estrategia de promoción y comunicación, incida en la mejora de imagen del país y destino.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Hay una considerable cantidad de indicadores a nivel de componentes como de resultados, que deben atenderse con prontitud por parte de la coordinación del proyecto. Así mismo, se deben de documentar adecuadamente todos los productos y resultados descritos.

Es necesario que el proyecto concrete negociaciones y alianzas con Instituciones Financieras (IF), para que estas ofrezcan productos financieros específicos para las Mipymes atendidas por el proyecto durante su etapa de ejecución y posterior a esta. Se debe resaltar ante las IF, las nuevas capacidades con que cuentan los diversos tipos de beneficiarios, para que se les otorguen créditos en condiciones accesibles y que les permita generar ingresos suficientes para mejorar su calidad de vida y mejorar sus productos y servicios ofrecidos a los turistas.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

En el primer semestre se obtuvo el diagnóstico de la oferta y demanda turística y las propuestas productos y paquetes/experiencias, punto de partida para elaborar la estrategia de promoción y comercialización del destino con una imagen colectiva compartida de Atlántida.

Se evaluaron las necesidades de los centros de información, 4 en La Ceiba y 2 en Tela a fin de transformarlos en efectivos canales comerciales.

Se cuenta con material audiovisual para la promoción del destino, generado por los periodistas y se encuentran al menos 1000 fotografías de primera calidad de los atractivos turísticos en el banco de fotografías.

Hubo importantes avances en el tema de competitividad y calidad en el destino:

1. Se dio inicio al proceso de certificación de 50 restaurantes de La Ceiba y Tela a través de la norma SICCS (Sistema integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad).

2. Fue elaborado y aprobado el Reglamento operativo de Prestadores de Servicios Turísticos de Cayos Cochinos.

3. Los técnicos de las Unidades Turísticas Municipales fueron capacitados en servicio al cliente.

4. Se impartieron 20 cursos específicos las necesidades de los empresarios.

5. Fueron formados 35 instructores/facilitadores turísticos para brindar asistencia a empresarios turísticos
6. 20 periodistas instruidos en terminología turística

Se llevaron a cabo las auditorias financieras y de medio término, resultando ambas satisfactorias.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Es notable el esfuerzo que se está haciendo por parte de la Unidad Coordinadora del Proyecto, para posicionar a la Organización de Gestión del Destino (OGD) ante los diversos actores públicos y privados. Se deberá atender oportunamente todas las recomendaciones que surjan de la evaluación intermedia del proyecto.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Resultado: Desarrollar un modelo integrado de turismo sostenible estimulando la formación y organización de redes turísticas que incluya y encadene a las MIPYMES turísticas y grupos indígenas, afrodescendientes y mestizos entre ellos, en la oferta turística del territorio.	**R.1**	Un aumento de al menos 50% de visitas de turistas en el territorio	0				50 Ene. 2015	0	
	R.2	Un aumento de al menos 60% de pernoctaciones de turistas en las MIPYMES turísticas y comunidades indígenas y afrodescendientes	0				60 Ene. 2015	0	
	R.3	Un aumento en al menos 100% del gasto local en productos artesanales y servicios turísticos ofrecidos por las MIPYMES turísticas locales	0				100 Ene. 2015	0	
	R.4	Por lo menos 5 de las redes actualmente existentes (turísticas y productivas) han fortalecido su capacidad competitiva en el mercado turístico	0				5 Ene. 2015	0	
	R.5	Por lo menos 5 nuevas redes (mono sectoriales o pluri-sectoriales) se han constituido en el territorio del proyecto (encadenamientos).	0				5 Ene. 2015	0	
	R.6	Sostenibilidad operativa y financiera de las redes turísticas que se formarán a lo largo del territorio del proyecto					Ene. 2015	No	
	R.7	Implementación de una imagen y asociación de La Ceiba y Tela como destinos turísticos de calidad					Ene. 2015	No	
	R.8	Al menos 6 asociaciones de entidades públicas y privadas para inversión y promoción del turismo se promueven con el proyecto	0				6 Ene. 2015	0	
Componente 1: Fortalecimiento del modelo de integración **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C1.I1**	Plan Estratégico (plan de gestión) común del destino creado y aprobado en los 12 meses de iniciado el proyecto.	0				1 Jul. 2013	1 Jul. 2013	En curso
	C1.I2	La Alianza para el desarrollo del turismo sostenible de la costa norte de Honduras está oficialmente constituida	0				1 Ago. 2013	1 Ago. 2013	En curso
	C1.I3	Actores clave (funcionarios públicos, universidades, INFOP, empresarios turísticos, representantes de comunidades) sensibilizados en la necesidad de asociación.	0				220 Dic. 2012	225 Dic. 2012	En curso
	C1.I4	Al menos 150 actores clave se adhieren al concepto de Turismo Sostenible Integrado como participantes al proyecto	0				150 May. 2014		Atrasado
	C1.I5	Al finalizar el programa, estarán disponibles por lo menos un 10% de recursos adicionales del presupuesto original, por aportes en efectivo o especies de los actores involucrados	0				10 Ene. 2015		
Componente 2: Organización y desarrollo del portafolio de productos turísticos **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	Al menos 10 mini-paquetes identificados a los 10 meses de inicio del proyecto	0				10 Sep. 2012	134 Ago. 2013	En curso
	C2.I2	Al menos 10 productos definidos, comercializables e integrados bajo el concepto de turismo sostenible	0				10 Mar. 2014	36 Mar. 2014	En curso
	C2.I3	Por lo menos 100 emprendedores locales de servicios turísticos en Tela y la Ceiba, vinculados a la oferta de los productos turísticos identificados	0				100 Feb. 2014	181 Feb. 2014	En curso
	C2.I4	8 senderos / recorridos turísticos que valorizan los atractivos culturales y naturales del territorio se han definido y señalizado (aproximadamente 30 kms.)	0				8 Jul. 2014	14 Mar. 2014	En curso
	C2.I5	Identificadas las actividades para agregar valor a por lo menos 10 atractivos considerados prioritarios	0				10 Mar. 2014	18 Mar. 2014	En curso
	C2.I6	20 capacitadores expertos locales debidamente seleccionados y capacitados en temas distintos según las necesidades de los cursos (2 a 3 capacitadores expertos locales por temática)	0				20 Ago. 2013	30 Jun. 2013	En curso
	C2.I7	Al menos 20 guías turísticos certificados en Canopy, Rafting y observaciones de aves	0				20 Dic. 2013	25 Jun. 2013	En curso

	C2.I8	250 Mipymes turísticas y productivas son involucradas en la oferta de nuevos productos y servicios. De estas, al menos 40% (25 Mipymes) son de nueva constitución con el apoyo del programa, y al menos el 60% de estas (15 Mipymes) serán creadas por mujeres o jóvenes del territorio	0				250 Ene. 2015		
	C2.I9	Al menos 25 Mipymes son de nueva constitución con la participación de un fondo para la capacitación de las capacitadores en el primer año	0				1 Dic. 2012	7 Jun. 2013	En curso
	C2.I10	Al finalizar el proyecto, 60% de las empresas participantes han mejorado su calidad del servicios y han finalizado o por lo menos activado el proceso de mejora de la calidad	0				60 Ene. 2015		
	C2.I11	Al finalizar el proyecto, por lo menos el 40% de las empresas participantes han mejorado su acceso al crédito	0				40 Ene. 2015		
	C2.I12	Al finalizar el proyecto, por lo menos 60% de los turistas declaran un nivel bueno de satisfacción con respecto a su experiencia en el área del proyecto	0				60 Ene. 2015		
	C2.I13	Revisión y aceptación del reglamento de operación del fondo especial de infraestructura productiva, considerando las necesidades de todas las partes interesadas, especialmente de los beneficiarios.	0				1 Sep. 2014		
Componente 3: Preservación del Medio Ambiente **Peso:** 20% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C3.I1**	El 100% de los prestadores de servicios turísticos participantes en la alianza, cumplen con las normas medio ambientales aplicables al sector, por medio de la adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y reglamento ambiental compartido con otros actores	0	50 Dic. 2014			100 Feb. 2015		
	C3.I2	Adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y y reglamento ambiental compartido con otros actores	0	1 Dic. 2014	1 Dic. 2014		2 Ene. 2015		
	C3.I3	100% de los recorridos, senderos, cumplen con una señalización turística específica que sirva también para concientizar y sensibilizar los turistas y visitantes al respecto de la naturaleza y cultura local	0				100 Dic. 2014		
	C3.I4	Los cuatro parques naturales del territorio cuentan con sus planes de manejo, con lineamientos estratégicos de la integración de la infraestructura turística en las áreas protegidas a fin de favorecer la protección del patrimonio natural y a la vez fomentar el desarrollo económico de las poblaciones	0	2 Jun. 2014			4 Dic. 2014	1 May. 2014	En curso
	C3.I5	El 100% de los participantes al proyecto han aumentado su percepción / apropiación cultural del valor ambiental del patrimonio natural local	0				100 Dic. 2014		
Componente 4: Promoción y comercialización del destino **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Diseñada la estrategia de marketing del territorio, incluyendo la nueva marca del destino	0				1 Sep. 2014		
	C4.I2	Creado el material informativo, que incluye un catálogo de ventas para comercializadores (mayoristas nacionales e internacionales)	0				1 Oct. 2014		
	C4.I3	Creado el material informativo, que incluye cuatro guías temáticas, posters y folletos organizados por productos turísticos	0	2 Jul. 2014			4 Nov. 2014		
	C4.I4	En el primer año de ejecución, promoción y comercialización de por lo menos 10 mini-paquetes en el mercado nacional	0				10 Feb. 2013	134 Jul. 2013	Finalizado
	C4.I5	Al cumplirse el plazo de ejecución, al menos 10 comercializadores (tour operadores) nacionales y/o internacionales promueven el destino	0	4 Oct. 2014			10 Ene. 2015		
	C4.I6	El flujo de turistas que pernoctan por lo menos una semana en el destino, han aumentado en un 25% con respecto al inicio del proyecto	0				25 Sep. 2014		
	C4.I7	Formalizada la oficina de prensa a lo interno de la agencia ejecutora, para promover información de los atractivos turísticos a las poblaciones locales y turistas, así como sensibilizar a los actores clave (sector público, mayoristas, etc.) sobre el proyecto y desarrollo turístico del área	0				1 Dic. 2013	1 Ene. 2014	En curso
	C4.I8	Diseño y ejecución de una estrategia de comercialización	0				1 Sep. 2014		
	C4.I9	Vinculación con el mercado turístico de mayoristas por medio de la organización de 6 Fam-Trip para unos 20 actores cada uno (120 actores)	0				6 Dic. 2014	1 Mar. 2013	En curso
	C4.I10	Vinculación con el mercado turístico de mayoristas por medio de la organización de 3 press-tour para 20 periodistas nacionales e internacionales	0	1 Jul. 2014			3 Nov. 2014	1 Mar. 2014	En curso
	C4.I11	Vinculación con el mercado turístico de mayoristas por medio de la participación en 3 ferias regionales y/o internacionales de Turismo, relacionadas a la participación del gobierno	0				3 Nov. 2014		
Componente 5: Monitoreo y replicabilidad del Modelo **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C5.I1**	Identificado y estructurado un modelo SROI (Social Return of Investments) con por lo menos 15 indicadores a utilizarse para las actividades de monitoreo durante y después del proyecto	0				1 Dic. 2012	1 Dic. 2012	Finalizado
	C5.I2	Diseñados y organizados todos los formularios y fechas necesarias para la recolección de las informaciones según el modelo SROI definido	0				1 Dic. 2012	1 Dic. 2012	Finalizado
	C5.I3	Acuerdo establecido con todos los actores públicos y privados que será necesario involucrar para la recolección de las informaciones del modelo SROI	0				1 Ene. 2013	1 Abr. 2012	En curso
	C5.I4	Resultados finales del análisis SROI se incorporan en la implementación del proyecto					Ene. 2015		
	C5.I5	Elaborado el documento de sistematización de la experiencia para la replicabilidad del modelo, a ser distribuido durante el taller de cierre	0				1 Abr. 2015		
	C5.I6	Por lo menos el 70% de la comunidad anfitriona, se declara satisfecha del desarrollo turístico alcanzado con el apoyo del programa.	0				70 Abr. 2015		

	Hitos	**Planeado**	**Fecha de cumplimiento**	**Logrado**	**Fecha alcanzada**	**Estado**
H0	Condiciones previas	10	Mar. 2012	9	Ene. 2012	No Logrado
H1	Dos convenios suscritos entre CANATURH y las municipalidades de La Ceiba y Tela manifestando su interés en participar en la alianza	2	Dic. 2012	2	Dic. 2012	Logrado
H2	Se suscriben al menos dos convenios de colaboración con instituciones vinculadas al desarrollo turístico del Caribe Esmeralda	2	Dic. 2012	2	Dic. 2012	Logrado
H3	Caracterización o tipologia de actores claves del territorio	1	Dic. 2012	1	Dic. 2012	Logrado
H4	Análisis Social Return of Investment (SROI) diseñado y funcionando en el territorio	1	Dic. 2012	1	Dic. 2012	Logrado
H5	Un Plan estratégico de desarrollo de la alianza turística	1	Ago. 2013	1	Jun. 2013	Logrado
H6	Oficialización de la alianza para el desarrollo del turismo sostenible en la	1	Ago. 2013	1	Ago. 2013	Logrado

	costa norte de Honduras					
H7	20 formadores seleccionados mediante criterios rigurosos	20	Ago. 2013	30	Jun. 2013	Logrado
H8	Definicion de contenidos y metodologías para los cursos de capacitación con base en la demanda actual del sector turístico	1	Ago. 2013	1	Ago. 2013	Logrado
H9	[*] Recopilacion de la informacion clave (Definidos los segmentos de mercado de los productos turísticos).	1	Feb. 2014	1	Nov. 2013	Logrado
H10	[*] 10 productos turisticos diseñados	10	Feb. 2014	12	Ene. 2014	Logrado
H11	[*] 25 paquetes turísticos listos para la comercialización incluyendo el compromiso de las mipymes capacitadas	25	Mar. 2014	36	Mar. 2014	Logrado
H12	[*] Definida la estrategia de comunicación y comercialización del destino	1	Sep. 2014			
H13	Aplicada la encuesta de percepción del desarrollo turístico del territorio	1	Dic. 2014			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Insuficiencia de fondos de contrapartida

[X] Otros, cuáles?: Inseguridad del territorio

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. Los emprendimientos de las comunidades no responden a la invitacion de unirse a las Redes, o de que en caso de unirse no mantengan un adecuado nivel de interes requerido para el exito del proyecto.	Bajo	Acciones continuas de sensibilización e inclusión en las comunidades e involucrarlas como socios de la Alianza.	Coordinador del proyecto
2. El proyecto se fundamenta en la colaboración interinstitucional, que representa el verdadero valor agregado del mismo. Todas las instituciones involucradas se han mostrado muy interesadas a participar en el proyecto, sin embrago existe el riesgo que una limitada coordinación y la falta de voluntad a participar en algunas de las actividades, puedan afectar la implementación del proyecto y el logro de los objetivos	Bajo	La estructura organizativa, el mecanismo de ejecución del proyecto, el desarrollo de una Alianza Interinstitucional y las actividades de sensibilización de las instituciones involucradas, contribuyen a mitigar el presente riesgo. Se deben impulsar las actividades mediante los Consejos Regionales en los temas de comercialización/mercadeo, Competitividad y Calidad, Medición de resultados/Estadísticas, Turismo sostenible; mismos que conforman los brazos técnicos de la Organización de Gestión de Destino planteada por el proyecto.	Coordinador del proyecto
3. El problema seguridad se está desarrollando rápidamente en el área del proyecto, los problemas financieros de la población han empeorado la situación. Sin un mínimo de seguridad, no se puede pensar de convencer a los turistas (especialmente extranjero) a pasar vacaciones en el área.	Bajo	Para mitigar el impacto negativo y estimular los turistas a pasar vacaciones en el destino se puede hacer lo siguiente: a) la oficina de prensa de la Unidad Ejecutora tendrá que difundir y seleccionar información que permita una percepción positiva del destino turístico. En este sentido será importantísimo mantener constantes las relaciones con los periódicos locales y nacionales y las revistas especializas del turismo (en ámbito regional e internacional). b) Sostener acercamientos con los entes públicos de control y prevención de la criminalidad, y crear una estrategia conjunta de intervención, c) Adicionalmente con el desarrollo económico esperado con el presente proyecto y el involucramiento de la población local e indígena y afrodescendientes en varias actividades del mismo, se estima que el presente proyecto pueda favorecer una reducción de la criminalidad a nivel local	Coordinador del proyecto
4. Se han logrado captar fondos en especies por parte de las MiPyMes y otras cooperaciones, pero no ha sido el caso de los fondos de contraparte en efectivo requeridos por el Proyecto.	Bajo	Continuar con el acercamiento y solicitudes de apoyo a la Cámara Nacional de Turismo, quienes son el medio por el cual se puede acceder a fondos de gobierno y fondos privados que, previamente al inicio del proyecto fueron ofrecidos. Presentar los resultados del proyecto a la fecha y acceder a nuevos y potenciales actores con su involucramiento y activa participación en las actividades, como parte de la Organización de Gestión de Destino.	Coordinador del proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 6 **RIESGOS VIGENTES:** 4 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 2

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Factor	Comentarios
[X] Ausencia de mecanismos de recuperación de costos o fuentes de financiamiento externas (gobierno, donantes y/o sector privado) para continuar con las actividades del proyecto una vez agotados los recursos del FOMIN	Los cobros por servicio de momento no se visualizan como un ingreso suficiente para dar continuidad a las diversas actividades del proyecto. Debe gestionarse apoyo adicional con fondos nacionales o externos.
[X] Falta de capacidad organizacional, gerencial y de gestión financiera para **continuar** y sustentar el programa una vez terminada la fase de ejecución	Dada la difícil situación económica del país y de las Mipymes turísticas del territorio, las cámaras no disponen de suficientes recursos propios para apoyar como contraparte.

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

Con la conformación de las unidades técnicas y la incorporación de las organizaciones afines a los temas a través de estas instancias, de alguna manera se asegura la sostenibilidad, no obstante, se carece de una entidad que aporte fondos en efectivo, necesarios para continuar con las acciones propuestas del programa.
A través del intercambio de experiencias con La Ruta del Tequila, se ha logrado sensibilizar a algunos actores tomadores de decisiones y han manifestado apoyar esta iniciativa.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. Adoptar la estructura del proyecto para conformar los brazos técnicos, ha permitido la consolidación de las alianzas público privadas, en donde participan los diferentes actores del destino, según su especialidad o intereses. Dicho de otra forma, el componente II de Desarrollo de Producto junto con el componente IV de Mercadeo y Comercialización, son la base para el Consejo de Mercadeo. En cambio,el Consejo Regional de estadísticas, se fundamenta en el componente IV de monitoreo y evaluación. El Consejo de Turismo sostenible tiene su base en el componente III de Preservación medioambiental y finalmente el Consejo de Competitividad y Calidad es parte del componente II de Desarrollo de la oferta.	Sustainability	Bados , Lourdes